

소비사회와 세계체제 확산 속에서의 한국문화론**

권숙인*

1. 들어가기

“한국문화론”의 기저를 이루고 있는 한국인과 한국문화에 대한 인식의 틀이 무엇이며 그것이 어떻게 형성되었는지, 혹은 형성되고 있는지를 검토하는데 있어서 1980년대 후반에서 1990년에 걸친 일련의 상황 변화는 특별한 고찰을 필요로 하게 한다. 그것은 무엇보다도

*서울대 비교문화연구소 상근연구원.

**이 글은 교육부가 지원하는 인문·사회과학 분야 중점연구과제(1996-1998)인 “문화다원화와 한국문화 정체성 확립을 위한 연구”의 일부로 1996-1997년 사이에 수행된 연구내용에 기초한 것이다. 이 글이 쓰여진 것은 한국이 1997년 말 IMF 구제금융을 받기로 결정하기 전이며, 따라서 분석대상으로 하고 있는 시기도 소위 “IMF 시대” 이전의 상황에 국한된다. 최근의 IMF 체제하에서 이루어지고 있는 문화에 대한 논의, 특히 한국문화에 대한 논의는 그 이전의 버블경제시기의 문화론과는 상당히 다른 내용을 가지며 매우 중요하게 고찰되어야 할 주제임이 분명하지만 이 논문에서는 다루어질 수 없었음을 밝혀둔다.

세계체제의 확산과 지구촌화로 묘사되는 전지구적인 변화와, 문화의 탈국경화 혹은 탈지역화가 진행되고 있는 과정 속에서 한국문화의 정체성과 전통이 어떻게 위치지워지는지, 어떤 의미를 새롭게 띄게 되는지에 대한 고찰을 의미한다.

문화인식의 틀이란 면과 관련해서 이 시기에 들어 가장 두드러진 양상은 ‘문화’의 개념과 위치 자체가 근본적으로 변화한다는 것이다. 즉, 종래의 공유된 생활과 관념의 체계로서의 문화 대신에 이제는 하나의 소비 대상, 상품으로서 문화가 중요해지고 있으며, 이와 더불어 ‘문화만들기’나 ‘전통의 발명’ 등의 문화 생산 과정이 더욱 가속화되고 현저해지고 있다. 문화에 대한 이러한 새로운 담론을 형성하는데 있어서, 그리고 새로운 상품으로서 문화를 끊임없이 만들어 내는데 있어서 대중매체를 비롯한 문화산업의 역할이 그 어느 것보다 중요한 진 것도 이 단계의 특징적이고도 중요한 현상으로 지적되어야 할 것이다.

결과적으로, 국가나 민족의 경계를 넘어서 전지구촌을 하나의 질서로 통합시키려고 하는 자본의 힘과 국제정치적 영향력의 소용돌이 속에서 ‘한국문화’, ‘한국적 전통’, ‘민족적 정체성’ 등은 이제 한편으로는 한국이라는 정체성을 유지할 수 있는 최후의 방어지로서 숭고한 역할이 부여되는가 하면, 다른 한편에선 영화를 통해, 출판물을 통해 그 어느 때보다, 그리고 그 어떤 다른 주제들과 비교해도 경쟁력이 풍부한 개발가능한 상품으로 등장하였다. 이것은 이제 어떤 특정의 문화관이나 문화인식체계가 특별히 우월한 위치를 점하거나 과거만큼 사회의 구성원들로부터 동의를 얻어낼 수 있는 근거가 될 수 없음을 의미한다.

본 연구에서는 이러한 배경하에 대중문화라고 하는 특별한 양식을 둘러싼 민족문화론과 문화산업론의 담론 형성을 고찰한다. 특히 90년대 들어 ‘한국문화’에 대한 대중적 관심을 고조시키는데 기여를 한 각종 출판물, 텔레비전을 비롯한 영상매체의 프로그램과 신문기사 등

의 대중매체를 통해 형성되는 문화담론들을 기본 텍스트로 삼아 분석을 하고자 한다. 구체적으로는 이런 문화산업을 통해 투사되고 유포되는 '민족'과 '세계', 혹은 '전통'과 '현대'에 대한 문화담론과 민족문화와 전통의 상품화 과정과 내용을 분석하고자 한다.

2. 문화전쟁 시대의 민족문화: “가장 민족적인 것이 가장 세계적인 것이다”

1990년대 한국사회에서 가장 강력한 힘을 발휘하고 있는 담론은 뭐니뭐니해도 국제화, 세계화, 정보화의 담론이다. 국제화 및 전지구화 현상 자체를 어떻게 볼 것인가에 대해 이루어지는 활발한 논의 중에서도 그동안 이 논의를 이끌어 온 주도 담론은 주로 '경쟁력'이라는 대개념(大概念)을 중심으로 이루어져 온 논의라고 할 수 있다. 우루과이 라운드로 상징되는 자유시장 논리가 전세계적으로 확산되는 속에서 국가경쟁력과 기업경쟁력, 인간경쟁력을 어떻게 확보할 것인가가 이런 국제화 논의에서 핵심으로 등장한다. '무한경쟁시대'라는 표현은 이러한 인식의 가장 대표적인 상징어인 셈이다. 바야흐로 세계는 국가간·민족간의 경계를 넘어서 서로 먹고 먹히는 살벌한 경쟁의 시대에 도달했으니, 국가의 생존과 존망을 위해서 모두가 단합해 그 어느 때보다 경쟁력 강화에 매진해야 한다는 것이다.

문화는 이렇게 전지구적 규모로 이루어지는 경쟁의 시대에 시장경제를 지속적으로 발전시키는데 불가결한 요소로 등장한다. 하드웨어 중심의 상품생산에서 소프트웨어 중심의 상품과 서비스 생산으로의 변화가 의미하는 바는 문화가 산업의 중심을 이룬다는 것이고, 문화가 지니는 높은 부가가치를 인식하지 못할 때 국제경쟁에서 탈락할 수밖에 없다는 것이다 (강명구 1994). 예컨대 “세계제일의 기업”의 기치를 내세우고 있는 삼성그룹의 이진희 회장은 “문화가 없는 상품

은 더 이상 팔리지도 않고 문화가 없는 기업은 존립할 수도 없는 시대가 다가오고 있다. 기업의 입장에서는 이 문화 패러다임을 어떻게 인식하고 수용할 것인가가 향후의 중요한 과제가 될 것이다”(정태환 외 1995에서 재인용)라고 말하고 있으며, 문화체육부의 관료들이 펴낸 일종의 문화정책 제안서인 <문화대국으로 가는 길>은 “앞으로는 문화전쟁의 시대가 온다”(11)고 선언하고 있다. 즉 이제 무엇이 선진국을 측정하는 잣대인가를 알아보는데 우선적으로 고려해야 할 대상이 바로 ‘문화’인 것이며, 과거의 무력전쟁이나 오늘날의 무역전쟁의 전개와는 달리 앞으로는 국가와 민족간의 보이지 않는 ‘문화전쟁’이 예상된다는 것이다.

이는 달리 말하면 문화를 상품화해야 할 필요성에 대한 호소이다. 그것은 “전 세계적으로 침투한 가공할 만한 콜라의 벽을 허문 한국적인 식혜”(주강현 1996)로부터, 1995년 10월 8일 뉴욕 유엔본부 총회장에서 유엔창설 50주년 기념음악회를 통해 한국적 장단을 세계에 알리고 민족적 가락으로 세계인의 탄성을 불러일으킨 KBS 교향악단과 김덕수 사물놀이패의 특별공연에 이르기까지 다양한 모습을 띌 수 있다. 국제화를 국가경쟁력의 문제로, 문화를 상품으로, (민족)문화를 국가경쟁력 실현으로서 간주하는 이러한 시각은 비단 기업을 책임지고 있는 사람이나 국가의 정책담당자들의 논의에서만 보이는 것이 아니라 문화를 직접 생산하는 사람들 사이에서도 어렵지 않게 찾아볼 수 있다. 예컨대 몇년전 두편의 인기 대중소설로 일약 새로운 세대의 대변자로 떠오르는 작가 이인화는 한 계간지와와의 인터뷰에서 이렇게 말하고 있다:

… 저는 우리문화가 몸을 낮추어 사회의 다른 영역과 마찬가지로 대중적인 문화산업의 대세와 일정하게 타협하고, 그러는 가운데 우리 고유의 문화적 아이덴티티를 개발하여 국제화시대에 살아남아야 하지 않을까 생각합니다 … 수치를 안고 치욕을 참으며 하기 싫은 것도 하는 것이

남자가 아닙니까(*sic*). '올바른 삶'에 대해 잘 모르겠다면 그 차선으로 '좋은 삶'을 선택하여 살아남는 것이 진정 옳은 것입니다. UR시대는 우리에게 바로 그와 같은 것을 요구하고 있습니다... 우리 고유의 논리와 문화를 상품화하지 않고는 전면적인 국제화시대의 무차별경쟁 속에서 살아남을 수 없기 때문입니다(<상상> 1994년 봄호, 윤지관 1994에서 재인용).

주목해야 할 것은 대중소비사회, 세계체제 등으로 특징지어지는 1990년대의 한국사회에선 “문화”의 개념과 위치 자체가 근본적으로 변화를 겪고 있다는 점이다. 즉 종래의 공유된 생활과 관념의 체계로서의 문화 대신에 이제는 하나의 상품으로서, 혹은 소비의 대상으로서 문화가 중요해지고 있는 것이다. 한국기업이 생산하는 상품이 민족적 정서와 가치를 담고 있을 때 국제경쟁력을 가질 수 있다는 담론 속에서, 그리고 나아가 민족문화 그 자체가 상품이 되는 시대, 되어야 하는 시대가 도래했다는 언술 속에서 문화는 그 이전 시대인 70년대나 80년대 민중문화운동의 대안적이고 저항적인 민족적 정서 등과 전혀 다른 위치와 가치가 부여되고 있다. 문화는 후기산업사회에서 최고의 고부가가치 상품으로 육성되어야 하는 ‘자원’인 것이며, 우리가 가진 ‘전통문화’ 혹은 ‘민족문화’가 세계적인 보편성을 획득하는 일이야말로 무한경쟁시대에 가장 힘을 기울여야 할 대응논리라고 제시된다.

헐리우드 ‘문화’로 전세계를 제패한 스피버그 감독이 국적을 초월한 이 문화전쟁의 시대에 그 어느 때보다 거대한 우상이자 영웅으로 등장하는 것은 전혀 놀랄만한 일이 아니다. 실제 ‘스피버그류’의 공상과학 영화의 최근판인 <쥬라기 공원>이 전세계적으로 개봉되어 공전의 히트를 하고 있었을 때 한국의 언론에서 열심히 보도한 것은 그 영화의 내용이나 기법상의 놀라운 기술에 관한 것 이상으로 그것이 갖는 경제적 효과였다. 현대문명의 최첨단 기술을 마음껏 동원한 영

상이 가져온 환상의 세계에 대한 도취는 그 이면에 있는 보이지 않는 거대한 자본의 움직임에 의해 그리 편안하게 유지되지 못했다. [기껏] 영화 한편으로 자동차 150만대를 수출했을 때 벌어들일 수 있는 정도의 달러를 벌어들였다는 점에서 그의 영화는 분명 이 '문화전쟁'의 시대를 실감나게 하는 좋은 예였다. 반면 오래전부터 세계적 히트를 거두어왔던 그의 영화가 갖는 경제적 효과가 새삼 이처럼 부각된 것이 처음이었다는 사실도 주목할 만 하다. 더불어 한 일간지가 최근 파리에서 개관된 일본문화원에 대해 쓴 짙막한 기사의 어조 역시 이러한 인식의 단면을 잘 보여주고 있다:

핵을 대신해 문화가 전쟁의 무기가 되는 21세기를 앞두고 일본이 본격적인 유럽 공략에 나섰다. 오는 9월 24일 파리에 일본문화원 개관을 서두르고 있는데 바로 이곳을 창구로 해 일본문화를 전세계로 수출할 전초기지화 해보겠다는 것. 파리의 노른자위땅 센강변을 따라 에펠탑을 마주보고 들어설 문화원은 총공사비 5백만프랑(약 8백억원)에 연건평 3천여평이 넘는다 ... 이 구상은 하루 아침에 이뤄진게 아니다. 지난 82년 프랑스의 고(故) 미테랑 대통령의 도쿄(東京) 방문을 맞은 일본정부는 최대한 외교력을 동원, 일본문화원 개설에 대한 첫 합의를 이끌어 냈다. (강조부분은 필자의 것임)

지극히 전투적인 언어로 표현된 이 기사는 이제 문화를 한가한 소일거리나 교양의 대상이 아니라 날로 치열하고 살벌해질 경제전쟁에서 첨단의 무기, 전투의 첨병이 될 것을 요구한다. 이런 상황에서 민족문화나 전통문화는 단지 과거로 부터의 전승물, 소중히 보호하고 전해주면 되는 차원을 넘어선다. 민족문화도 이제 부가가치를 극대화하기 위해 적극적으로 상품화하고 개발해야하는 대상이 된다. 소위 '경영마인드'를 도입해야할 새로운 개척지인 셈이다.¹⁾

1) 얼마전 창립되었다고 전해지는 "한국문화경제학회"의 경우는 문화에 대해서

여기서 흥미로운 점은 ‘문화전쟁’ 이니 ‘문화의 세기’ 나 하는 수사가 보이는 역설이다. 그동안 ‘문화’ 는 늘 ‘정치’ 나 ‘경제논리’ 에 의해 밀려나 있었다는 것이 현재의 공통된 인식인 것에 비해, “21세기는 문화의 세기” 라는 주장속에선 새로운 밀레니움에 대한 비전에서 문화가 핵심적인 자리를 차지하는 듯하며 그동안 경제논리에 의해 항상 밀려났던 문화논리가 강조되는 듯 보인다. 그러나 ‘문화전쟁’ 의 전투적인 구호 속에서 실은 여전히 경제논리에 의해 정의되는 ‘문화’ 의 위상이 보인다. 오히려 이제 문화는 그 자체의 가치나 문화향유의 문제가 중요한 것이 아니라 그것이 갖는 경제적 가능성으로만 정의되기 때문이다. 이런 면에서 ‘문화전쟁’ 의 담론에서는 오히려 과거에 경제논리의 대상에서 제외되었던 문화마저도 경제논리의 대상으로 포섭되게 되었다는 분석이 보다 타당할 지도 모른다.

3. 정체성 정치의 장에서의 문화

1) 문화의 신토불이론: “우리 것이 좋은 것이여”

민속학자 주강현은 최근에 자신이 써낸 베스트셀러 서문을 통해, 자신이 한국문화의 “원초적이며 토속적인” 문화현상이라 여기는 것들에 대해 글을 쓴 이유로서 “금줄없이 태어난 세대”를 위한 우리 문

도 이제 ‘경영마인드’ 를 적용해야 한다는 이같은 시각에 대한 아카데미즘의 움직임이라 할 수 있다. 1997년 9월 6일에 창립된 한국문화경제학회의 창립 취지는 다음과 같이 소개되고 있다: “문화예술의 경제적 가치(문화의 경제화)의 규명, 경제발전과 문화예술의 상호관련성 연구, 문화예술 시장 및 문화예술단체들의 재정상황분석, 문화예술부문의 생산자 및 소비자들의 사회경제적 특성 파악, 문화정책상의 대안 제시 등이 창립의 주요 목표이다.” (교수신문 1997.9.29)

화론을 쓰고자 했다고 밝히고 있다. 서구 문화의 유입과 그에 따른 생활양식의 변화는 쌀밥보다 피자를 즐기는 한국인들을 쉽게 발견할 수 있게 만들었으며, 이런 현실에서 우리 문화에 대한 올바른 이해는 참으로 중요하다는 것이다. 그 자신의 말을 빌자면, “지난 1세기 동안 우리는 지나치게 서풍에 주눅들었다. 서구우월주의의 관점에서 재단한 ‘문명과 야만’이란 얼마나 그릇된 편견인가... 남의 잣대로 우리 문화를 가늠할 수 있겠는가. 이제는 동풍, 그것도 단순한 동풍이 아니라 바로 민족의 내면에 끈끈하게 이어져 온 동풍으로 ‘문화의 신토 불이론’을 세워야 할 때다”(주강현 1996: 7)라고 말하고 있다.

사실 이렇게 지난 수십년간의 근대화 과정을 정체성 위기로 해석하고, 고유한 문화적 전통에 대한 재해석과 재평가, 나아가 우리 문화(되)찾기를 호소하는 언술 자체는 그리 낯설거나 새로운 현상은 아니다. 70년대와 80년대를 거쳐 전개되어온 민족·민중문화운동의 문화담론(이 점에 관해선 송도영 1998을 참조)은 바로 외압과 ‘서풍’에 대한 자주적이고 토착적인 문화전통의 대항적 전개과정이었다. 국가 차원에서도 그동안 ‘먹고살기 바빔기 때문에’ 돌보지 못한 우리의 고유한 문화를 다시 회복하고 문화적 동질성을 되찾는다는 목적으로 1990년 문화부를 출범시켜 다양한 정책사업을 전개해 왔다. 예컨대 ‘우리 소리 찾기’ 작업, ‘고유한 색채문화를 찾기 위한 전통색상의 표준화’, 의식주 부분에서의 고유한 양식과 축제의 개발과 보급 등의 사업은 새롭게 재발굴해 낸 우리의 전통과 문화를 국가적 권위와 표준화의 이름으로 봉인하는 것이었다.

그러나 ‘우리문화 다시보기’ 작업이 이미 오래 전부터 있어 왔다고 해서 현재 한국사회에서 70년대와 80년대의 양상이 그대로 지속되고 있는 것은 결코 아니다. 80년대 후반에서 90년대에 들어서 이러한 전통문화와 민족문화 다시읽기 작업에서 보이는 특징적인 양상은 무엇보다도 그 담론의 주체가 바뀌어 왔다는 것과 본질주의적 문화론이 강화되어 온 점을 들 수 있다.

전자는 현재 진행되고 있는 '우리문화 다시보기'의 문화담론을 이끌어가는 것은 더 이상 과거처럼 특정집단이나 단체가 아니라 대중매체를 선도로 하는 문화산업이라는 점으로, 이는 이러한 문화담론의 생산과정과 결과 자체가 쉽게 상업화·상품화 될 수 있음을 의미하는 것이기도 하다. 이런 점은 90년대 이후의 문화산업계로 잠시만 눈을 돌려도 쉽사리 파악된다. 한국영화사상 초유의 관객 동원 기록을 세운 영화이자 '90년대 판 민족문화에 대한 전민족적 열기'에 불을 지핀 영화 〈서편제〉로부터 시작하여, 민족문화의 미학에 대한 발로 뛰는 길잡이를 자처한 유홍준의 〈나의 문화유산 답사기〉는 90년대 들어 '우리문화 다시보기'의 열기를 선도한 대표적인 작품이자 상품이였다. 어찌보면 양자가 갖추고 있는 기본적인 '작품성'은 많은 사람들로 하여금 큰 경계심없이 그것들이 이끄는 문화론에 동참하고 동의하도록 하는데 기여했다고도 할 수 있을 것이다. 그밖에 출판계, 영상산업, 텔레비전 특집이나 다큐멘터리 등을 통해 민족문화를 재평가하는 시도는 수도 없이 많이 발견되는데, 이들 문화산업이 민족문화 담론을 주도하고 있는 것은 90년대 특유의 양상이라 하겠다.

둘째로, 본질주의적 문화론이 강화되어 왔다는 것은 소위 '신토불 이론'으로 상징되는 문화에 대한 본질주의적 시각과 관념을 지칭하는 것으로, 현재의 민족문화 담론 속에선 그 이전시대의 계급적 성격이나 대항적 성격이 제거되거나 완화, 혹은 전치(displacement)되어져 나타나는 양상을 말한다. 즉 80년대의 민족문화론에서는 민족·민중문화의 미학과 감수성이 특히 외세 및 이와 결탁한 지배계층에 대한 대항적 의미를 띠고 강조되었다면, 현재의 민족문화론에선 80년대 기준으로 보았을 때 '민중'이 되었건 '착취계층'이 되었건 문제가 되지 않는다. '신토불이'란 표현이 문자 그대로 상징하듯이 이 땅에서 태어난 사람이면, 아니 출생지와 상관없이 한민족의 피를 간직한 사람이라면 한국문화의 미학과 감수성을 이미 본질적으로 지니고 태어나는 것이며, 혹시 그 과정이 여의치 않았을 경우는 상기한 주장현의

“금줄없이 태어난 세대를 위한 우리 문화 독본”이라도 구입해서 우리 문화에 대한 소양을 갖출 것이 하나의 당위로 요구되는 것이다.

이런 배경하에서 최근의 ‘신토불이 상품’의 유행과 성공을 이해할 수 있다. 특히 식품업계의 최근의 상품개발과 판매 전략들은 ‘신토불이’가 단지 한국적 미학과 감수성의 영역에서만 실천되는 것이 아니라 문자 그대로 한국인들의 ‘몸’(身, body)과 관련한 실천에서 중요한 지향점이 되어야 한다고 역설하고 있다. 이런 바람이 가장 거세게 불어닥친 분야 중 좋은 예가 술상표일 것이다. 1996년 초반 <김삿갓>, <참나무통 맑은 소주> 등 소위 우리 정서를 담았다는 소주 상표들이 인기를 끌면서 술시장에 신토불이 작명이 크게 유행하고 있다. 그리하여 1996년 말이면 출원중이거나 등록된 신토불이형 술 상표는 모두 32종이나 되는 것으로 나타난다. 대개가 고유민속 혹은 문학작품에서 따온 상표이거나 역사속의 인물 이름을 딴 것으로, 예를 들어 보자면 <논개>, <아, 고구려>, <봉이 김선달>, <청산리벽계수>, <장보고>, <방랑시인>, <한가람>, <까치골>, <강화도령>, <임궫정>, <황진이>, <강강수월래>, <선녀와 나무꾼>, <늘 푸른 소나무>, <큰댁집>, <가야 왕주>, <동구박>, <메밀꽃 동네>, <두레마을>, <떡갈나무> 등등 다양하다. 실제로 업계에서는 이런 신토불이식 이름이 판촉에 큰 도움이 되는 것으로 평가하고 있다.

이런 움직임에서 빙과업계도 예외는 아니란다. 1997년의 빙과시장도 ‘신토불이’ 바람이 거세게 불어 과거 몇년간 바닐라, 커피, 메론 등의 향과 맛이 빙과시장의 주요 소재로 자리잡았던 것과는 다른 양상으로 각종 신토불이 과일, 야채 소재의 빙과류 신제품 쏟아져 나온 것으로 보도되고 있다. <갈아 만든 배바>(해태제과), <우리 배로 만든 큰 배바>(빙그레), <싱싱 배바>(롯데)가 우선 각축을 벌여 해태의 <갈아 만든 배바>의 경우 6월초 이미 월 13억여치 이상의 판매고를 올릴 정도로 호조를 보였다고 한다. 그외에도 배와 사과를 함께 넣은 <탱크보이>, 유자를 넣은 <유자-C>, 감귤과즙을 넣은 <하루방>, 참깨

를 넣은 <참깨 파배기>, 당근과 사과가 혼합된 <아바카 바>, 당근이 20%들어 있는 <내몸 사랑 당근바>, 기타 토마토, 대추 등을 소재로 한 빙과 등이 경쟁을 하고 있고, 당분간 이런 신도블이 천연소재 제품이 각광 받을 것으로 한 일간지는 전하고 있다.

이런 가운데 1996년 우리밀 제품 판매는 122억원으로 급신장했다는 뉴스가 전해지고, 9시 텔레비전 뉴스에선 전통음료인 식혜가 콜라와 사이다를 제치고 판매고 1위를 기록하는 세계적으로도 드문 일이 일어나고 있다고 전한다. 코카콜라가 외국, 서양문명의 거대상징이라면 식혜는 신도블이 문화의 대상징으로 부상한 셈이고, 이를 이어 수정과, 배음료, 대추 음료, 오미자, 등글레차 등등의 전통 음료가 한국인들의 '몸'의 파수꾼을 자처하고 나서고 있다. 물론 이런 현상이 비단 음료업계나 빙과업계에만 국한된 것이 아니라는 것은 조금만 주의 깊게 관찰을 하면 금방 드러난다. 향토음식, 토속요리가 최신의 미식가(gourmet)들의 표적이자 건강식품으로 등장한 것도 90년대의 양상이고, 전통한식 인테리어가 첨단건축기법을 이용해 지은 고층아파트를 장식하게 되는 것도 신도블이 문화론이 실천되는 또다른 장이다.

신도블이로 대변되는 본질주의적 한국문화론은 분명 세계화와 문화제국주의의 거센 물결이 초래하는 문화적 동질화에 대한 대응과 저항으로 읽을 수 있을 것이다. 한 일간지의 <우리문화유산답사기3> 광고에 실린 평은 저자 유홍준교수에 대해 "역사학자 수백이 모여서 해도 될까말까한 일을 혼자서 거뜬히 해냈다. 그의 답사기는 우리사회의 정신지형이 온통 서양으로 기울면서 잃어가던 민족자존의 혼을 단숨에 제자리로 되돌려 놓았다. 그는 웅달에서 명든 문화유산의 상처를 치유하면서 세계사의 지평에 당당히 설 수 있는 우리문화의 정체성까지 제시하였으니 이는 진정한 민족주의의 승리인 것이다" 라고 쓰고 있다. 과연 지난 수십년 동안은 "서양의 물질문명을 뒤쫓아가는데 전력을 다한" 시기였으며, "한국적인 것이 비국제적이거나 비세계

적인 것이라는 편협한 사고”(최협 1996)에 젖었다는 비판이 사실일 수 있다. 그래서 이제 필요한 것은 “남을 뒤쫓아 가는 것에서 벗어나 자주적인 문화의 세기를 일구어 나가고”(윗글), 민족문화에 대한 확신과 긍지, 즉 “우리 것은 좋은 것이여”를 외칠 수 있는 자세인지도 모른다. 그리하여 90년대의 민족문화론은 우리의 잣대, 우리의 미학, 우리의 뿌리를 회복하여 그동안 잃어버렸던, 혹은 위기에 처해져 온 민족적 정체성을 다시 세울 것을 호소하고 있다.

그러나 <우리 문화의 수수께끼>의 저자 주강현 자신도 다음과 같은 예를 제시하고 있다. 어느날 자신의 수업을 듣는 학생들에게 태어날 때 출생지가 집이 아니고 병원인 학생은 손을 들어 보라고 했더니 전원 모두가 손을 들었다(주강현 1996: 47). 이렇게 ‘탯줄’의 행방을 모른 채 태어난 세대들에게 ‘문화적 탯줄’을 부여하고자 하는 저자의 의도는 어떤 의미를 갖는 것일까? 분명한 것은 탯줄없이 태어난 세대들에게 민족의 문화와 전통은 ‘신토불이’라는 신비한 과정 속에서 자연스럽게 습득되는 것과는 거리가 멀다는 것이다. 오히려 민족문화의 내용과 의미는 <컴퓨터 길라잡이>류의 실용서(how-to-do-book)를 통해 배우고, 익히고, 습득해야 할 또하나의 학습의 대상이자 소비의 대상일 확률이 크다. 최근에 초등학교 어린이의 기호를 조사한 결과 그들이 제일 즐겨 찾는 음식은 햄버거라고 한 반면, 가장 싫어하는 음식은 놀랍게도 김치라고 답한 학생이 많았다(최협 1996: 281)는 현실 속에서도 그런 징후는 분명하게 드러나고 있다.

즉, 본질주의적 문화론에 근거한 ‘신토불이 문화론’의 언술은 이렇듯 경제와 정치가 초국적화되는 상황 속에서 현실에 대한 성찰을 저해하는 반동적인 의미를 가질 수도 있는 것이다. 미국의 문학·문화 비평가 마사오 미요시가 지적하듯 기존의 국가와 민족의 경계가 급속히 와해되어 가고 있는 현재의 상황 속에서 이러한 본질주의적 문화론이란 한갓 공허한 구호로 들릴 수도 있다. 예컨대 현재의 상황이란 미요시를 인용하자면,

다국적 혹은 초국적 기업을 통해 제조된 상품은 전지구상에 걸쳐 선전되고 유통되며, 모국이 아닌 상표명으로 알려지고 있다. 사실상 모국 자체는 점점 더 의미를 잃어간다. [미국의] “국산물건사기(Buy American)” 운동은 갈수록 공허한 전쟁구호가 되고 있다. 혼다 어코드 자동차는 부품의 75%가 미국산에다 오하이오에서 조립되는 한편, 닛지 스텔스는 일본에서 미쯔비시에 의해 제작된다. (미요시 1993: 360)

우리의 경우도 한국서 유통되는 고사리의 90퍼센트 이상이 중국산이며, 고사리를 비롯한 중국산 나물과 생선으로 제사상을 차리는 것이 우리의 식문화 현실이다. 1997년 2월 6일자 중앙일보 경제면을 보면 설날 제사상을 전부 중국산 농산물로 차렸을 경우 우리 농산물로 차렸을 때 드는 비용의 절반도 채 들지 않는다고 한다. 달리말해 ‘신토불이’는 이제 단지 철학이나 신념, 미학의 문제가 아니라 ‘비용’의 문제이자 적나라한 경제의 문제로 인식될 수 밖에 없는 상황이며, 이런 현실 속에서 민족 고유의 문화나 역사가 어떤 대항적 입장을 견지하기란 점점 어려워질 것이다. 소위 ‘토종’이나 ‘토속적인 것’의 상업화나, 전통문화의 박물관화와 관광화는 이제 우리사회에서 어렵지 않게 발견되는 것일뿐더러 가장 경쟁력있는 성장산업의 하나로 간주되고 있다.

이런 것들이 의미하는 것은 신토불이 문화론에선 그 담론의 생산자들의 의도와 소비자들의 실천 사이에 그 어느 때 보다 격차가 커질 수 있다는 점이다. 예컨대 위에 언급한 유흥준의 〈나의 문화유산 답사기〉 제1권에 등장하는 강진군의 경우는 이런 담론의 생산과 실천 사이의 괴리를 보여주는 선명한 예가 될 것이다. 강진군은 몇 년 전까지만 해도 대부분의 사람들에게 무명의 장소였던 것이 〈나의 문화유산 답사기〉로 일약 유명 관광지로 바뀌었다고 한다. 지역자체의 표지판도 “어서오십시오. 강진군입니다”에서 “어서 오십시오. 남도답사 일번지 강진군입니다”라고 멋들어지게 쓴 경계표지판으로 바뀌고, 1

년에 3만명이 찾아오던 작은 군에 이제는 여름철에만 50만명이 넘는 답사객들의 발길이 이어지는 명소가 되었다고 한다. 그리하여 강진군민들에게 유홍준은 “아무도 찾지않는 오지에 쳐박혀 쭈그리고 사는 것이 아니라는 삶의 자부심을 안겨주었기 때문에” 특별한 존재로서 의미를 가지며, 이에 대한 고마움의 표시로 1996년 9월 17일 ‘강진군민의 날’을 통해 강진군은 유홍준에게 명예군민증 수여를 통해 최고의 감사표시를 하기로 했다고 전해진다. 일년 뒤인 1997년 10월 25일 제1회 전남도민의 날, 전라남도는 유홍준교수가 이 책을 통해 전라도의 친근한 이미지를 국민에게 심어준데 대해 감사의 표시로 명예도민증을 수여했다고 한다.

이런 상황 속에서 이제 강진은 남도답사 일번지이자 곧 ‘남도문화’의 박물관, 혹은 남도문화 그 자체로 표상된다. 더 이상 강진은 한국의 문화지도 위에서 “평범한 돌 한 개, 풀 한 포기”의 미학을 찾을 수 있는 곳이 아니다. 강진의 돌 한 개, 풀 한 포기는 이제 ‘강진 돌,’ ‘강진 풀’이라는 선험적인 수식어가 붙어서 경험될 수밖에 없는 상황이다. <나의 문화유산 답사기>를 손에 잡고 답사·관광길에 나선 사람들의 행로 속에서 유홍준 교수의 감수성과 해석 방식, 미학 자체는 표준화되어 진다. 예컨대 어느 사찰에서는 건물 자체보다 입구까지 가는 자갈 깔린 진입로가 핵심이고, 또다른 사찰에선 대웅전 본체보다 뒤쪽 숲속에 숨어있는 작은 암자가, 혹은 스러져가는 석등이 감상의 포인트로 정형화된다. 평범한 돌 한 개, 풀 한포기의 미학을 찾으려는 저자는 이제 다른 이름없는 장소를 찾아야만 할런지도 모르며, “모든 유물은 제자리에 있을 때에만 온전히 제 빛을 발할 수 있다”는 저자의 기본적 미학과 이러한 문화유산의 박물관화와 관광화 사이에 어떻게 균형을 맞출 수 있는가의 문제는 그 어느 때보다 어려운 과제로 등장한 셈이라고도 하겠다.

<서편제>의 ‘그 유명한’(!) 룡테이크 촬영을 포함해 주요 촬영무대가 된 전라남도 청산도의 경우도 영화 <서편제> 이후 육지인들의 발

길이 크게 늘었다고 한다. 한국최고의 영화를 찍은 것을 계기로 다도해 해상국립공원인 이곳 풍광이 새삼 알려져 1996년에 7만명이 찾았고 97년에는 10만명의 관광객이 예상된다고 한다. 청산도를 포함해 〈서편제〉의 주요장면이 촬영된 지역의 지도와 영화의 주요장면을 매치시켜 〈서편제〉 남도여행지도를 제시한 중앙일보의 관광특집 기사는 청산도를 답사하려는 독자들에게 다음과 같이 주문하고 있다: “청산도를 찾기 전 해야 할 가장 큰 준비는 〈서편제〉를 비디오로 다시 한번 보는 것. 소리 때문에 딸을 눈멀게 한 유봉, 눈이 먼 송화, 가족을 버린 동호는 영화 마지막에서 ‘심청가’를 부르며 소리로 한을 넘어선다. 만나서 응어리를 풀 뒤 아무 말없이 헤어진다. 가락으로 만나고 마음으로 열싸안은 사람들. 남도의 끝, 청산도는 그렇게 가고 와야 하리라”(중앙일보 97. 6. 5). 강진의 경우와 마찬가지로 청산도도 〈서편제〉를 통해서 ‘남도의 문화’, 나아가 ‘민족의 한’을 각인(embodiment)하고 있는 주요 기표(signifier)로 등장한 셈이며, 그렇게 감상할 것이 요구되고 있는 것이다.

2) 민족적 뿌리찾기: “민족문화의 원형을 찾아서”

다른 한편 최근의 출판계의 동향은 90년대 한국문화론의 흐름을 잘 보여주는 또다른 지표이자 이런 흐름을 주도해가는 주요 주체이기도 하다. 특히 본고의 논의와 관련시켜 주목하고 싶은 측면은 ‘민족(문화)의 정체성 찾기’라 칭해질 수 있는 움직임이다.

1997년초 중앙일보가 신년을 맞은 기획기사의 하나로 출판계의 신년 계획을 조사한 결과가 있다. 국내 대표적 단행본 출판사 30여 곳을 설문조사한 결과 가장 두드러진 특징을 “온고지신”, “우리 것 찾기”라고 이름 붙이고 있다. 무엇보다도 연초부터 ‘고전(古典)열풍’이 거세게 불어닥칠 것으로 전망되어 여러 출판사가 고전 완역 혹은 재발굴이라는 청사진을 그려 놓고 있었다. 특히 한국, 중국 등 동양고

전에 대한 관심이 부쩍 높게 반영되어 있다. 예컨대 솔출판사는 〈나랏말〉 총서로 〈다산문선〉, 〈열하일기〉, 〈성호사설〉, 〈신증동국여지승람〉, 〈완당전집〉, 〈고전국역총서〉 등을 우선 기획하고 있으며, 동문선은 〈완역상주漢典대계〉 총서로 철저한 주석과 해설이 곁들여진 중국 고전의 결정판을 낼 계획에 있다고 한다. 나남도 〈대학〉, 〈중용〉 등의 동양고전 번역 시리즈를 기획하고 있으며, 이 외에 다른 많은 출판사들도 비슷한 기획을 하고 있는 것으로 나타났다. 이같은 동양고전 열기에 대해 동 일간지는 “서구의 과학적 합리주의와 물질적 자본주의에 대한 반성으로 해석된다. 전통 깊은 동양의 사유관으로 한계에 부딪친 서구의 세계관을 처음부터 돌아보자는 취지들이다. 특히 60년대 이후 줄곧 성장·발전을 위해 앞만 보고 달려온 우리의 행태에 대한 근본적인 성찰을 담고 있다”고 평하고 있다.²⁾ 이런 해석을 뒷받침이라도 하듯이 고전열풍에 이어 ‘우리’, ‘우리 것’을 찾는 작업도 왕성한 것으로 나타난다. 사계절 출판사의 〈한국문화총서가〉 대표적인 경우로 4월초에 〈한국문화와 한국인〉, 〈조선시대의 유교문화〉 등 4권을 선보이는 것으로 되어 있는데, 소장학자들이 학제간 연구를 통해 우리 문화를 총체적으로 점검한다고 한다. 디자인 하우스는 한국인의 정체성을 새로운 시각에서 조명한 총서를 기획하고 있는데 향후 5년동안 1백권을 발간, 한국판 갈리마르 총서에 도전하고 있단다. 한길사의 〈이야기 한국사〉도 비슷한 기획으로 모두 24권으로 하반기 중 고대사부터 시작해서 우리 역사를 담을 계획으로 되어 있다.

물론 이러한 움직임이 1997년 들어 새롭게 시작된 것은 아니다. 오히려 최근 2,3년 사이의 출판계의 주요 동향이 97년 들어서도 계속되거나 강화된 것으로 해석된다. 예컨대 96년의 경우에도 일반 교양서를 포함한 인문사회과학 분야의 출판과 관련해 가장 중요한 추세는

2) 반면 이런 고전번역 움직임을 저작권법을 피해가기 위한 안일한 발상으로 해석하는 비판가들도 있다.

‘우리 것 찾기’에 대한 관심이었다. 그 중 가장 두드러진 장르가 소위 ‘교양(한국)역사서’일 것이다. ‘교양역사서 붐’은 우선 조선시대에 대한 역사서로 부터 시작되었다. 1996년 상반기와 하반기에 〈한권으로 읽는 조선왕조실록〉, 〈조선시대 사람들은 어떻게 살았을까〉 등의 조선시대에 대한 역사서들이 베스트셀러로 등장하자 1996년도 하반기에는 고려시대를 조명한 비슷한 제목의 역사서들이 쏟아져 나왔다.³⁾ 〈한권으로 읽는 고려왕조실록〉, 〈이야기 고려왕조사〉, 〈역사신문2〉, 〈고려시대 사람들은 어떻게 살았을까〉 등이 모두 고려시대를 다룬 교양역사서로 모두가 1996년 하반기에 출간되었다.⁴⁾

그러던 것이 1997년으로 접어들면서 이들 역사서들의 대상이 [조선, 고려에 이어] 고구려 시대까지 확대되는 자연스런(?) 움직임이 나타났다. 예컨대 〈고구려 본기〉, 〈고구려왕조 700년사〉, 〈고구려를 위하여〉, 〈고구려 문화유적 산책〉, 〈고구려제국사〉, 〈사막의 별이 된 고선지 장군〉 등이 97년 들어 출간되었다. 흥미로운 점은 고구려 시대를 다룬 이들 교양역사서들은 한결같이 고구려(인)의 기개와 적극성을 중심으로 서술되어 있다는 점이다. 동명성왕부터 보장왕까지 왕조사가 중심인 〈고구려 본기〉는 고구려를 중국대륙 국가와 패권을 다투던 강력한 세력으로 묘사한다. 이 책에 따르면 고구려가 백제, 신라와 영토를 두고 마찰을 빚기 시작한 것은 건국후 4백년이 지난 서기 5세기경의 일로, 고구려를 삼국관계로만 바라보는 것은 고구려를

3) 이중 〈한권으로 읽는 조선왕조실록〉은 1996년에 이어 1997년 상반기에도 인문과학분야 베스트셀러 1위를 차지하면서 1997년 중반기까지 60만권 이상 판매된 것으로 알려져 있다.

4) 그동안 고려는 상대적으로 관심을 덜 받아왔다고도 할 수 있는데 최근의 역사서 출간붐을 타고 새롭게 조명되고 있는 것으로 평가된다. 더불어 고려를 되살리는 작업은 사실 미술에서 먼저 시작된 것으로, 1995년 여름 호암갤러리에서 열린 〈대고려국보전〉은 18만명이 넘는 관람객을 동원하면서 우리사회에 고려에 대한 관심을 불러일으켰다.

한반도에만 묶어두는 좁은 사관이라고 밝히고 있다고 주장한다. <고구려왕조 700년사>도 마찬가지로 새로운 역사적 관점이나 서술이 돋보이지는 않지만 주변 국가와 맞서 국토 수호를 위한 적극적 외교를 펼쳤던 고구려인의 기질을 과거 사례를 통해 보여준다. 소설 <고구려를 위하여>는 고구려 유민들이 당나라 한복판에 독립 국가를 세운다는 줄거리로 26세에 쿠데타를 일으켜 허난(河南) 일대를 점령 통치하고 당나라에 항전했다는 이정기 장군의 일대기를 소설화했다고 한다. 작가는 신라, 발해, 일본과의 무역을 독점했던 이 인물이 역사 속에서 사라진 것은 사대주의 역사관 때문이라고 못박는다. 초등학교 5,6학년용으로 출간된 <사막의 별이 된 고선지 장군>은 고구려 유민으로 당나라 장수가 돼 사라센 원정 등 험악한 공을 세웠던 역사적 인물 고선지 장군을 화자인 소설가가 추적해 가는 과정을 그린 동화다. 실크로드를 따라 고선지의 자취를 찾아보니 굳건한 용기를 배우게 된다는 내용이다. 이런 현상에 대해 한 일간지는 “만주벌판에서 말 달리며 호령하던 기개와 용맹의 시기. 조그만 국토에 대한 콤플렉스를 극복하고 싶어하는 이들에게 고구려는 역사의 거대한 위안의 샘인지도 모른다”고 평한다(중앙일보 1997. 8. 1.).

출판계의 ‘우리 것 찾기’가 비단 역사서에만 국한된 것은 아니다. 실제 출판계에 ‘우리 것 찾기’ 붐을 불러 일으킨 것은 1993년에 제1권이 나온 유홍준 교수의 <나의 문화유산 답사기>이다. 1996년말의 통계만으로도 1, 2권 합쳐 2백만부 이상이나 팔린 것으로 기록된 이 책은 그 책 자체가 가진 장점은 논외로 하고 일단은 ‘우리 것’에 대한 관심을 폭발시킨 ‘주범’이었고, 독서와 여행을 통해 문화유산답사 붐을 불러 일으켰다. 이전에는 ‘답사’ 하면 ‘학술답사여행’ 정도로 연상되던 것이 <나의 문화유산 답사기>의 성공 이후로 선조들이 남겨놓은 유산에 대한 관심이 급증하여 ‘문화유적 답사여행’이 주제를 가진 여행으로 인기를 얻고 답사동호회가 결성되고, 신문지상에서도 답사광고가 종종 눈에 띄곤 한다. 아니면 <나의 문화유산 답사기>를 옆에 끼

고 다니는 개인 답사자들의 모습도 쉽게 눈에 띄는 풍경이 되었다. 상황이 이렇게 되자 우리문화유산과 관련된, 혹은 문화유산 답사와 관련된 서적이 여러 종 출판되었고 또 꾸준히 인기를 얻고 있는 것으로 나타난다. 최근 2,3년 사이에 특히 문화유산 답사용으로 나온 책들을 몇 쏴아보자면, 〈나의 문화유산 답사기〉 제2권, 3권 외에도 〈HiTEL 고적답사 이야기〉, 〈길에서 쓴 그림일기〉, 〈답사여행의 길잡이〉, 〈문화유산을 찾아서〉, 〈문화의 산길 들길〉, 〈역사인물 유적순례〉, 〈살아있는 국토박물관〉 등으로 이들은 모두 ‘감상하는’ 문화유산이 아닌 ‘체험하는’ 문화유산을 역설한다. 꼭 답사용이 아니더라도 우리 문화유산의 가치를 재평가한 근간의 주요 저서로 〈무량수전 배흘림기 등에 기대서서〉(최순우), 〈그림으로 배우는 우리의 문화유산〉(송석산外) 등이 거론된다.⁵⁾

실제 1996년과 1997년에 거쳐 인문과학분야 베스트셀러는 대다수가 교양역사서나 우리문화유산에 관련된 것들이었다. 어느 일간지의 표현대로 70년대의 베스트셀러이자 스테디셀러가 〈인간시장〉과 〈별들의 고향〉이었다면 80년대의 그것은 〈우상과 이성〉과 〈민중과 지식인〉이었다. 90년대의 그것은 〈나의 문화유산 답사기〉와 〈한권으로 읽는 조선왕조실록〉 정도가 되지 않을까? 실제 1996년 10월말 서울의 교보문고가 발표한 그달 베스트셀러 리스트를 살펴보면 인문과학부문 베스트셀러 10위 안에 〈조선시대 사람들은 어떻게 살았을까 1〉(1위), 〈한권으로 읽는 조선왕조실록〉(2위), 〈나의 문화유산 답사기〉(5위), 〈우리문화의 수수께끼〉(8위), 〈이야기 한국사〉(9위), 〈발굴이야기〉(10위) 등 교양한국역사서와 문화유산 관련 책이 여섯권 포함되어 있다.⁶⁾ 이런 현상은 1997년에도 지속되어 동 서점이 집계한 1997년도

5) 우리 문화유산에 대한 이러한 관심은 1997년 ‘문화유산의 해’ 지정을 계기로 정부의 정책적인 후원과 공식적인 봉인을 받게 이른다.

6) 나머지 네권중 두권은 다른 나라의 역사/문화에 관한 것으로 〈로마인 이야기〉(3위)와 〈신의 지문〉(6위)이 포함되어 있다.

상반기 베스트셀러를 분석해보자 역시 ‘우리 것 찾기’에 대한 관심이 압도적으로 더러난다. 〈한권으로 읽는 조선왕조실록〉이 1996년에 이어 인문과학분야 1위를 차지했으며, 〈나의 문화유산 답사기 1〉(5위), 〈역사신문〉(6위), 〈이야기 한국사〉(7위), 〈어 그래, 조선왕조실록〉(9위), 〈한권으로 읽는 고려왕조실록〉(11위), 〈조선시대 사람들은 어떻게 살았을까〉(12위), 〈우리문화의 수수께끼〉(13위), 〈삼국유사〉(20위) 등 20위 안에 아홉권이 포함되어 있다. 이쯤되면 ‘우리의 역사’와 ‘우리의 문화’에 대한 독자들의 관심이 상당히 폭넓게 존재한다는 징표로 읽을 수 있으며, 이런 관심을 출판계가 재빠르게 파악하여 대응하는 한편 부추기고 있는 것으로 해석된다.

물론 출판계만은 아니다. 텔레비전을 위시한 대중매체들도 ‘우리 것 찾기’, ‘역사적 진실 찾기’ 움직임에 분주한 것은 마찬가지로서 우리 역사의 ‘진실’ 혹은 ‘원형’을 찾는 작업이 학계만의 관심사이거나 독점 업무는 아님이 주장된다. 예를들어 KBS-1TV의 〈일요스페셜 - 무령왕릉 7가지의 비밀〉(95.12.16) 및 이의 후편격인 〈일요스페셜 - 잊혀진 땅, 백제 22담로의 비밀〉(96.9.15)은 고대사의 원형을 찾아 내려는 대중매체의 시도중 보기도문 수작으로 평가되어 재방송되기도 하였다. 특히 〈백제 22담로의 비밀〉은 백제가 22개의 담로를 근거지로 삼아 국내뿐만 아니라 일본, 중국, 그리고 동남아에 걸쳐 국제 해상활동을 활발하게 펼치고 있었음을 주장하는 것이었다. 1997년 들어 방영된 석굴암과 황룡사의 ‘원형’을 탐구하는 프로그램들도 최신의 컴퓨터 그래픽 기술을 마음껏 활용한 훌륭한 기법뿐만 아니라, 그 접근에 있어서 “종래의 단순한 조형미에 대한 찬미를 넘어 그 배경에 깔린 한국불교의 철학과 전통까지 탐구하려고 한 시도”(중앙일보)로 언론과 일반으로부터 좋은 평을 받은 프로그램이었다. 출판계의 움직임과 비슷하게 이들 프로그램이 지향하는 것도 대부분 ‘역사적 진실 찾기’, 즉, 그동안 정사(正史)에서 잃어버려졌거나 소외된 역사적 진실을 밝혀내는 것이나, 민족문화의 뿌리와 우리 문화유산의 우수성을

재조명하는 것, 아니면 우리 선조들의 위대한 기개나 용지를 발굴해내는 종류의 것이다. 그리하여 예컨대 그동안 교과서를 통해 배운 것에 의하면 대륙의 한쪽 귀퉁이 좁은 한반도 만이 민족의 터전이었다면 이제 그 지평이 북으로는 만주를 넘어, 남으로는 동남아 해상까지 지배하는 새로운 고대사의 지평이 열리고, 그 숭고한 예술혼으로 빚어진 문화유산들은 우리의 민족적 자존심을 충만케 하기에 충분한 듯하다.

출판계와 텔레비전의 프로그램을 중심으로 부각되는 ‘우리 것 찾기’에 대한 이러한 뚜렷한 움직임은 어떻게 이해할 수 있을까? 이쯤에서 우리는 이웃나라 일본의 경우를 참고해 볼 수 있을 것 같다. 특히 일본 출판계에서 ‘일본인론’, 혹은 ‘일본문화론’이란 하나의 장르의 등장과 성공은 현재 우리사회에서 진행되고 있는 출판계의 한국역사서적 붐이나 ‘민족적 뿌리찾기’ 현상과 많은 유사성을 보이고 있으며, 문화유산 및 문화유산 답사 붐은 일본의 ‘전통찾기 붐’과 상응되는 부분이 적지 않다.

인류학자 하루미 베푸는 일본문화론이란 장르의 글쓰기를 통해 생산되고 소비되는 일본문화의 독특성에 대한 강조를 기본적으로 일본의 국제화란 맥락에서 고찰해야 한다고 주장한다(バフ 1987). 즉, 근대화과정과 국제화과정을 통해 일본은 민족적·문화적 아이덴티티상의 위기감을 경험하게 되는데 이를 해소하기 위해 오히려 문화적인 독특성, 타문화와 일본문화의 분리를 주장하게 된 것으로 파악한다. 최근 우리사회에서 보이는 ‘우리 것 찾기’에 대한 몰두도 근대화과정을 통한 상실에 대한 반작용으로 등장한 측면이 강하게 보인다. 특히나 현재 가속화되고 있는 전지구화 과정이라는 맥락에서 등장하는 “민족문화의 재정치화 현상”(김성례 1996: 5)으로 이해할 수 있을 것이다. 즉, 현실적으로 경계가 무너지고 국경의 의미가 약해질 수록 민족, 혹은 국가라는 상상의 공동체는 새로운 정체성이 규정되고 결합되는 장으로서 오히려 더 중요한 의미를 가질 수 있다는 역설적인

결과가 발생하고 있는 것이다(Gupta 1992).

1970년대와 1980년대를 거쳐 일본사회에 '국내관광 붐', '후루사토 붐' 등의 일련의 전국민적인 몰두현상을 불러일으킨 일본사회의 '전통찾기 붐'도 같은 맥락에서 이해된다(권숙인 1996). 일본의 경우도 이런 '전통찾기 붐'을 주도하고 상업화한 주요 주체는 대중매체를 비롯한 관광·운송산업 등의 '문화산업'으로 파악되지만, 이들에 의해 생산되고 부추겨진 '상실된 전통'에 대한 향수가 소비자들로부터 폭넓은 호응을 얻을 수 있었던 배경에는 일본사회가 하나의 커다란 시대적 전환을 경험하고 있었다는 사실이 있었다. 한국의 경우 위에서 언급한 <서편제>나 <나의 문화유산답사기>같은 '국민적 영화', '민족적 필독서'가 등장할 수 있었던 것은 그것들의 '작품성' 말고도 급속하게 진행된 근대화 과정에서 경험한 '뿌리'의 상실, '정체성 위기'라는 시대적 상황이 있었던 것과 마찬가지로다.

그러나 이런 정체성 찾기에 대한 욕구는 일단 '상실'이 있는 다음에야 시작된다는 점에서 역설적일 수 밖에 없다. 아무리 '전통'의 귀중함이 강조되고 '민족문화'의 건전성과 우수성이 역설되더라도 그것이 '전통'에로의 회귀를 의미하는 것은 아니며, 이런 관심 자체도 비성찰적(non-reflective)이거나 일시적 현상에 그칠 가능성이 크다. 왜냐하면 살펴본 것처럼 '우리 것 찾기' 움직임 자체는 특정 시대적 상황의 산물일 뿐이기 때문이다. 실제 일본 사회에 대한 매릴린 아이비의 분석(Ivy 1988)을 보면 전술한 '전통 찾기 붐'의 열기를 지배하던 '상실감', '향수', '자아에 대한 탐색', '회귀에 대한 호소' 등이 탈근대화과정을 겪으며 증발되고, '일본적인' 것에대한 집착과 소비가 단지 무수히 많은 '이국적인 것' 중에서 선택가능한 하나의 '스타일'이자 '패션'으로 변화하는 것이 잘 드러나 있다. 사실 한국사회에서도 이런 '탈근대적' 징후는 이미 보이고 있다. 예를 들어 영화 <서편제>를 논하면서 조혜정 교수는 '우리 것 찾기'를 둘러싼 우리 사회의 단절을 다음과 같이 묘사하고 있다:

이영미 씨의 지적대로, 10·20대들 중에는 마치 〈아마데우스〉를 보면서 모짜르트를 좋아하고 〈가면 속의 아리아〉를 보고는 오페라를 좋아하게 되는 것처럼, 〈서편제〉를 보면서 판소리라는 예술을 멋있게 느껴 음반을 산다. 이들에게는 우리의 ‘전통’도 하나의 선택가능한 예술적 상품이지 ‘우리 것’이기 때문에 더 점수를 주어야 할 어떤 것이 아니다. 단적으로 지금 우리 사회에는 ‘봉건’과 ‘근대’와 ‘탈근대적’ 세대가 공존하고 있으며, 이에 따라 ‘우리 것’ 또는 ‘민족적’인 것에 대한 인식도 매우 다른 모습을 띠고 있다(조혜정 1994: 268).

3) 다른 문화, 우리를 보는 거울: “자성적 한국문화론” 혹은 “세계 속의 한국문화”

다른 한편 최근 문화에 대한 대중적 관심은 단지 ‘우리 것’에만 국한된 것은 아니다. 오히려 과거 그 어느 때 이상으로 타문화에 대한 관심이 고조되고 있다고 할 수 있다. 그런데 여기서 다른 문화, 세계에 대한 관심은 그저 ‘다름’에 대한 탐구와 호기심에서 끝나지 않는다. 그것은 끊임없이 ‘우리’를 비쳐보는 반면거울이자 반성(reflection)의 장치이다. 이런 면에서 ‘다른 문화에 대한 관심’은 위에서 살펴본 ‘우리 것 찾기’와 현상적으로 상충되는 것처럼 보일 수 있으나 실은 동전의 양면적인 의미를 갖는 경우가 많다. 학자층이나 일부 이국취향적인 정서를 제외하고 과연 우리에게 ‘다른 문화’에 대한 관심이 확산되었던 시기가 언제이었을까? 최근의 현대사에 국한시킨다면 성장의 논리가 지배적이던 60년대나 70년대는 분명 아니었을터이고, 저항적 민족문화론이 힘을 발휘하던 70년대 중후반에서 80년대 중반은 더더구나 아니었을 것이다. 그것은 오히려 극히 최근의 현상으로 위에서 고찰한 ‘본질주의적 문화론’이나 ‘민족문화 뿌리찾기’의 움직임과 동시적으로 진행되어 온 또다른 ‘현재적’ 양상으로 파악된다.

특히 최근에 텔레비전 다큐멘터리나 일간지와 잡지의 특집 지면을

중심으로 펼쳐지는 ‘타문화에 대한 탐구열’은 ‘타문화연구’를 학문적 정체성의 중요한 지표로 간주해온 인류학자들의 주장을 무색케 하고도 남는다. 우선 텔레비전에서 고정적으로 다른문화를 소개하는 프로그램만 살펴보자. 소위 최고의 프라임타임 프로인 9시뉴스가 끝난 직후 매일같이 세계 구석구석의 소식을 전하는 <세계는 지금>, 주로 ‘오지’에 살아가는 부족사회의 전통과 관습을 비교적 소상히 소개하는 <다큐멘터리 극장> (이 프로는 기본적으로 기이하게 보일 수 있는 이국적인 풍습과 관행을 그 문화의 맥락에서 이해하고자 시도한다는 면에서 지극히 ‘인류학적’이다), 연예인들의 오지체험을 위주로 꾸며지는 <도전 지구탐험대>, 다른문화에만 국한된 프로그램은 아니지만 정기적으로 타문화를 소개하는 <일요스페셜> 등이 대표적이다. 이외에도 각종 특집이나 관련 프로그램을 통해 세계 구석구석의 진귀하고 이국적인 문화는 이제 특정 학문을 전공으로 하는 학자들의 전유물이 아니라 저녁 식탁 너머로 일상적으로 접할 수 있는 지식이 된지 꽤 오래이다. 더불어 일간 신문이나 잡지 등에서도 티벳, 터키, 중국 오지, 아프리카, 남미, 캄보디아, 베트남 등등의 ‘타문화’에 대한 무수한 정보가 넘친다.

그럼 이들 프로그램이 전파하는 타문화는 어떤 것들이며 그것들은 어떤 식으로 표상되고 있는가? 흥미로운 것은 타문화를 전문으로 다루는 이들 프로그램이 소개하는 타문화중 소위 ‘오지’에 관한 것이 압도적이라는 점이다. 이는 과거, 특히 성장의 시대에 우리가 주로 이야기 듣고 보여주던 타문화가 주로 구미의 ‘선진제국’들이었던 점과 묘한 대조를 이룬다. 현재 타문화를 전달하는 카메라의 렌즈가 주로 ‘오지의 부족민’, ‘때묻지 않은 원시’에 초점을 맞추는 것은 근대화 달성 과정 중 상실된 과거에 대한 향수를 담은 것은 아닐까? 그러한 징후는 분명하다. “원시의 숨결이 살아있는” 아프리카 오지의 하마르 부족의 성인식 풍경이나(<다큐멘터리 극장 - 축복의 땅 하마르의 성인식>) 돼지를 잡아 풍성한 동네잔치로 치뤄지는 중국 통족의

결혼식 광경(<다큐멘터리 극장 — 노래하는 소수민족, 중국 통족>)은 현대성에 대한 엔티테제이다. 통족의 공동체적인 결혼풍속에 대해 “이는 곧 우리들의 과거 풍습이다”라는 멘트나 사적 재산을 소유하지 않고 살아가는 인도네시아 보르네오섬의 다약푸난족을 묘사하며 “모든 것을 함께 나누며 살아가는 그들만의 세상은 현대인이 겪어보지 못한 낙원”이라는 평가 속에는 잃어버린 과거에 대한 강한 향수(nostalgia)가 스며있다.

“물질문화에 지친 현대인의 정신적 고향, 인도로 가는 길 봄빈다”라는 타이틀의 중앙일보 기사(1996.12.21)도 최근 인도를 찾는 한국인들의 발길이 눈에 떨 정도로 급증했다는 보도와 함께 이를 물질문명에 대한 반성에서 연유하는 것으로 해석하고 있다. 실제로 인도전문 여행업체가 등장할 정도로 인도여행은 괄목할 정도로 그 규모가 성장하고 있다고 하는데,⁷⁾ 중앙일보는 이에 대해 인도유학 경험이 있는 한 철학자의 표현을 빌어 다음과 같이 분석하고 있다: “인도는 인류 정신사의 보고다. 물질문명의 한계를 본 사람, 물질적 욕구가 충족된 사람들은 정신세계를 찾아 인도로 간다. 60년대 유럽인, 80년대 일본인에 이어 90년대 한국인이 물질문명속에 잃어버린 정신세계를 찾아가고 있다.” SBS가 창사 6주년 기념 10대 기획중 하나로 1년간의 제작기간 끝에 1996년 11월을 기해 방영한 6부작 <나일 대기행> 프로그램에도 ‘원시’와 ‘문명’의 반복적인 대비속에 세기말의 자성적 반성, 특히 20세기 기술문명, 물질문명이 낳은 부작용에 대한 반성과 회의의 톤이 강하게 스며있다.

이렇게 볼 때 근대의 향수가 시간적으로 확대적용되는 현장이 ‘역

7) 예를들어 인도 전문 여행업체인 혜초여행사의 경우 91년 처음 인도여행상품이 나올 당시는 인도여행객이 한해 불과 1백명밖에 되지 않았던 것에 비해 1996년의 경우 여행객 수가 12월 한달에만 1천명, 그 다음달엔 3천명에 이를 것으로 전망하고 있다.

사서적'에 대한 몰두라고 한다면, 그것이 공간적으로 확대적용되는 현장이 바로 다른문화에 대한 탐구인 셈이다. 그러나 동시에 이런 시간적이고 공간적인 움직임 모두가 결국은 근대의 향수를 그 주요한 운동축으로 하고 있는 연유로 해서 시간과 공간의 축이 결국 '과거'라는 동일한 시간축으로 전환되는 양상을 보인다. 즉, 다른 문화, 특히 현재 대중매체에서 특히 관심을 쏟고 있는 '오지'라는 타자의 공간은 동시대에 존재하는 '우리의 과거'를 표상하는 기능을 하는 것이다. 그리하여 성장의 시대에 전파되던 서구의 타문화가 '미래'를 상상하는 지향점을 제공하고 있었다면 현재 대중매체를 통해 '발견'되고 '경험'되는 오지의 타문화는 '과거'를 반추하는 반성(reflection)의 거울을 제공한다.

다른 한편 '오지의 부족민', '때묻지 않은 원시'를 추적하는 우리의 시선 속에는 단순히 '근대적 향수'뿐만이 아니라 이제는 성취된 근대에 대한 자신(오만?)과 여유가 반영되어 있다. '오지'의 타문화는 우리가 '잃어버린' 과거인 동시에 '극복한' 과거이다. 즉, 원시의 오지부족들은 서구 제국주의의 모방이 투사될 수 있는 대상이다. 다시말해 현재 우리 사회에서 보여지는 타문화에 대한 탐구 열기가 한국문화론에 대해 갖는 의미란, 한편으론 한국문화에 대한 반성의 장치를 제공하는 측면을 가짐과 동시에 이제 세계속으로 뻗어나가는 한국문화라는 '제국주의적' 상상의 장치이기도 한 양면적 성격을 지닌다.

제국주의적 상상의 장치로 제시되는 측면은 '오지'를 조망하는 우리의 시선이 지극히 선택적으로 이루어진다는 점에서, 나아가 '오지'에의 관심이 과거로의 회귀를 의미하지는 않는다는 점에서 추정 가능하다. <일요스페셜 — 아마존의 영혼, 야노마뮈>의 경우 오지의 타문화를 바라보는 카메라의 렌즈(혹은 '우리의 시선')가 얼마나 선택적인가를 잘 보여준다. 이 프로그램은 야노마뮈 부족의 생계경제, 가옥 배치, 가족 친족 관계, 생태적 환경, 남녀간 짝짓기, 환각제 복용과

영혼찾기 관행 등을 비교적 상세하게 소개하면서, 원초적(공동체적) 삶을 아직 간직하고 있는 곳으로서의 야노마뽀의 생활을 묘사하고 있다. 그러나 비록 오래전에 기록한 것이긴 하지만 야노마뽀에 관한 기록필름을 익히 보아온 인류학자인 저자에게 가장 눈에 띄는 부분은 이들이 현대문명에서 분명 수입한 것으로 보이는 각양 각색의 팬티를 착용하고 있었고, KBS 촬영팀이 가지고 간 선물인 알미눔제의 코펠 세트 처럼 보이는 그릇 들이며, 이런 선물이 그들에게 그리 낯설게 만은 보이지 않았을 것을 추정할 수 있을 만큼 그들의 삶은 이미 현저하게 외래문화의 영향을 받고 있었다는 점, 그런 의미에서 “원초적”이라기 보다는 “근대화되고 있는” 야노마뽀 부족의 모습이었다. 마찬가지로 일간지가 “후문”으로 전하는 바는 위에서 언급한 <나일 대기행>의 제작진들이 실제 현지에서 경험한 것은 “문명의 때에 찌들지 않은 아프리카 문화”라기 보다는 “서구 문명에 오염되고 관광지로 포장된 아프리카를 접해 당혹했다”고 한다(중앙일보 1996.11.7). 결국 ‘그들’이 이러한 것이라는 ‘우리’의 상상에 프레임을 맞춘 카메라의 선택적인 렌즈는 타문화 자체에 대해서만큼이나, 아니 그 이상으로 타문화를 보는 우리의 시선에 대해서 얘기한다. ‘오지’의 문화를 ‘과거’에 가두어 두려는 시선은 ‘자성적인 한국문화론’이 실천되는 장임과 동시에 그 촬영여행을 가능케하는 우리의 근대적 성취, 세계 속으로 뻗어가는 한국문화에 대한 믿음에 근거한다.

4. 결 론

이상에서 살펴본 1990년대의 한국문화론의 주요 흐름은 크게 경제논리에 의해서 정의되는 민족문화론과 ‘우리 것 찾기’로 상징되는 “민족문화의 재정치화”로 정리될 수 있을 것이다. 더불어 현재 민족문화를 둘러싸고 진행되는 담론과 언설은 그 어느때보다 단절과 혼돈

의 양상이 두드러진다는 점도 지적할 수 있겠다. 이는 부분적으로는 현재 문화담론을 생산하는 주체라는 것이 과거처럼 어떤 특정의 집단이나 세력에 의해 주도되거나 독점되는 것이 아니라, 대중매체를 비롯해서 이해와 인식을 달리하는 다양한 세력과 논자에 의해 이루어지고 있다는 점에 근거하며, 다른 한편으로 다양한 집단에 의해 생산되는 문화담론을 소비하고 흡수하는 측도 과거 그 어느 때보다 다양하고 단절적인 양상으로 존재한다는 점에서도 연유한다. 단적으로 현재 한국사회를 살아가고 있는 사람들은 몸으로 농경사회를 겪어온 세대로부터 시작해서 전세계적인 문화의 흐름을 동시간대에서 파악하고 실천하는 소위 '사이버 세대'까지 극히 이질적인 세대들이 '따로 또 같이' 존재한다. 물론 그 배경에는 60년대와 70년대의 '근대화의 신화'와 80년대의 '혁명의 신화'를 거쳐 우리 사회가 본격적으로 소비사회에 접어들게 된 사실이 있다.

특히나 전지구화와 정보화가 가속되는 현실과 '민족문화'에 대한 담론, 예컨대 '신토불이 문화론'으로 대표되는 본질주의적 민족문화론이 어떤 식으로 공존할 수 있을지는 그리 간단한 문제는 아니다. 예컨대 "대학 캠퍼스 안에서 UR과 쌀개방 반대를 위한 대규모 집회가 열리고 초대가수 배일호의 노래[신토불이]를 함창한다해도 집회의 민족주의의 열기는 <핑계>의 레게리듬에 맞추어 춤추다가 사이키델릭 조명 아래 한순간 멈춘 찰나의 현상일 뿐"(김성례 1996: 6)일지도 모른다는 지적에서처럼, 고도의 정보통신기술과 결합된 문화산업이 유포하는 전지구문화의 세력은 민족과 국가의 경계안에 그 중심점을 두고 있던 민족문화의 설자리를 근본적으로 위협하고 있다. 이런 상황 속에서 '민족문화'를 둘러싸고 진행되는 담론과 실천에는 그 어느 때 보다 단절과 혼돈이 두드러질 수 밖에 없는지도 모른다.

위에서도 지적한 것처럼 민족문화에 대한 재강조는 분명 세계화와 문화제국주의의 거센 물결 속에 문화적 동질화에 대한 대응과 저항으로 읽을 수 있으며, 전통문화는 국경을 초월한 이 거대정보문화의 홍

수 속에서 문화정체성을 구축해가는데 하나의 중요한 소재로 존중받아야 할 것이다. 그럼에도 불구하고 단순히 배타적이고 본질주의적인 민족문화에 대한 호소에 의해 문화적 정체성이 확립될 수 있는 것은 아니며, 더더군다나 현재처럼 소비사회와 세계체제가 급속도로 확산되는 상황에서는 본질주의적 민족문화에 대한 집착은 오히려 현실에 대한 성찰을 저해할 수도 있다.

예컨대 민족문화에 대한 인식에 있어서의 단절이 구체적인 '문제'로 등장하는 경우는 민족문화의 '보존'과 '개발'을 둘러싸고 이루어지는 정책입안 같은 경우이다. 특히 1997년은 민족문화에 대한 최근의 관심을 반영하여 정부에 의해 '문화유산의 해'로 지정되어 "문화유산 알기-찾기-가꾸기" 사업이 한해동안 전국적으로 진행되고 있고, 이런 분위기에 힘입어 전통문화를 '복원'하자는 움직임이나 문화유산의 보존을 둘러싼 논의도 활발하게 진행되고 있다. 더불어 각 지역의 지방자치체들도 저마다 다양한 문화행사를 기획, 실시하고 지역차원에서 문화향유를 향상시킬 정책들은 입안하느라 부산하다고 전해진다.

여기서 문제는 무엇을 '민족문화'로 규정할 것인지, 어떤 것을 '문화유산'으로 보존할 것인지에 대해 합의점을 찾는 것이 그리 수월하지는 않다는 점이다. 예를 들어 건축가 이로재는 "한국적 전통복원"이란 이름하에 복원되는 많은 건축물들이 초래할 수 있는 비역사성의 위험을 지적한다. 그는 최근에 진행중인 경희궁 복원이나 경복궁 복원, 나아가 한옥촌, 백제촌, 신라촌 등의 복원계획과 관련해 다음과 같이 지적한다:

… 문제는 그러한 복원이라는 미명으로 자초하는 참 역사의 소실과 그 오도가 심각하다는 데에 있다. 파르테논을 아테네인들이 돈이 없어 그 폐허의 모습을 그대로 두는 것이 아니며 콜로세움을 다시 복원할 여유와 기술이 없는 로마인들이 아니지 않겠는가… 다시 말하면 그 폐허와

쇠퇴한 흔적도 그 자체가 중요한 역사이며 그 원형에의 자유로운 상상
과 연구가 참으로 중요한 문화활동이기 때문이다. 더구나 복원하는 건
축의 시점을 명확히 하지 않거나 장소를 떠나서는 존재할 수 없는 건축
을 그 장소를 바꾸어가면서 복원하는 것은 건축의 생명을 정지시키고
박제시키는 것과 다름아니다. 이것은 복원이 아니라 파괴이며 한갓 쇼
비니즘일 뿐이다(중앙일보 97.9.29).

그렇다면 문화유산 보존이 '박제화된' 보존으로 전락하지 않고, 전
통에 대한 재평가가 배타적인 국수주의로 흐르지 않게 하기 위한 방
법은 어떤 것이 있을까? 기본적으로는 과거의 역사에 대한 솔직한 직
시와 미래에 대한 비전을 뚜렷히 하는데서 시작해야 한다고 생각된
다. 그렇게 할 때 단지 '성공한' 문화뿐만 아니라 '실패한' 역사도 우
리의 소중한 '전통' 안에 올바르게 자리매김될 수 있을 것이며, 지배
층을 중심으로한 '대전통' 뿐만 아니라 다양한 문화적 전통이 인정받
을 수 있을 것이다(조혜정, 중앙일보 1997.3.30). 더불어 민족의 고유
문화란 것도 어떤 고정되거나 불변하는 것이 아니라 현재적인 상황에
부합하게 새롭게 규정되고 살아있는 문화전통으로 끊임없이 재편될
수 있는 것으로 인식을 넓힐 필요가 있다. 구체적인 문화정책의 현장
에서는 '현지 주민들'로 하여금 문화의식에 대한 공동관심사를 가질
수 있도록 해서 정책입안이나 보존사업에 적극 동참하게 하는 것이
필요하다.

참고문헌

강명구

1993. 『소비대중문화와 포스트모더니즘』. 민음사.
1994. “국제화와 문화적 민주주의,” 『창작과 비평』 84호.

권숙인

1996. “현대 일본사회와 ‘전통(성)’의 공간: 오쿠아이즈 한 민숙(民宿)의 사례를 중심으로,” 『한국문화인류학』 29집 1호.

김성례

1993. “탈식민시대의 문화이해,” 『비교문화연구』 창간호.
1995. “문화에 대한 사회적 관심의 고조와 인류학 교육,” 『한국문화인류학』 27집.

문옥표

1991. “후기산업사회에서의 농촌의 위상: 1980년대 일본 농촌부흥운동의 의미,” 『농촌사회』 창간호, 서울: 나남.

장 보드리야르

1991. 『소비의 사회』(1970). 이상클 옮김. 문예출판사.

송도영

1998. “한국 문화운동과 민족·민중적 문화양식의 탐색,” 『비교문화연구』 4호.

스튜어트 유엔

1996. 『이미지는 모든 것을 삼킨다』. 백지숙 옮김. 시각과 언어.

유홍준

1993. 『나의 문화유산답사기 1: 남도답사 일번지』. 창작과 비평사.
1996. 『나의 문화유산답사기 2: 산을 강을 넘지못하고』. 창작과 비평

사.

1997. 『나의 문화유산답사기 3: 말하지 않는 것과의 대화』. 창작과비평사.

윤지관

1994. “상품인가 물건인가: 국가경쟁력과 민족문화,” 『창작과 비평』 84호.

이영미

- “서편제, 노이즈, 김소월,” 『문화과학』 4호.

임권택 위음

1993. 『서편제 영화 이야기』. 하늘출판사.

정태환 외 지음

1995. 『문화대국으로 가는 길』. 지식산업사.

프레드릭 제임슨

1991. “모던에서 포스트모던으로,” 『외국문학』 29호, 겨울.

조은편

1996. 『정보화시대의 문화여성』. 정책기획위원회 총서 5권. 나남출판사.

조혜정

1994. “〈서편제〉의 문화사적 의미,” 『탈식민지 시대 지식인의 글읽기와 삶읽기 2』. 또 하나의 문화.

주강현

1996. 『우리문화의 수수께끼』. 한계레신문사.

최협

1996. 『부시맨과 레비스트로스』. 풀빛.

홍일식

- 1996(93). 『21세기와 한국전통문화』. 현대문학.

ハルミ・ベフ

1987. 『イデオロギーとしての日本文化論』, 思想の科學社.

Anderson, Benedict

1983. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.

Appadurai, Arjun, ed.

1986. *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. New York: Cambridge University Press.

Befu, Harumi, ed.

1993. *Cultural Nationalism in East Asia: Representation and Identity*. Berkeley: Institute of East Asia Studies.

Bhabah, Homi K.

1990. *Nation and Narration*. London: Routledge.

Clifford, James

1988. *The Predicament of Culture*. Cambridge: Harvard University Press.

Errington, Shelly

1989. "Fragile Traditions and Contested Meanings," *Public Culture*, vol 1(2).

Fischer, Michael

1991. "Anthropology as Cultural Critique," *Cultural Anthropology* 6(4).

Gupta, Akhil and James Ferguson

1992. "Beyond 'Culture': Space, Identity, and the Politics of Difference," *Cultural Anthropology* 7(1).

Hobsbawm, Eric and Terence Ranger, eds.

1983. *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.

Ivy, Marilyn

1988. "Tradition and Difference in the Japanese Mass Media," *Public Culture* 1(1).

1995. *Discourses of the Vanishing*. Chicago: The University of Chicago Press.

Kweon, Sug-In

1994. "Politics of Identity in Aizu, Japan: Local Identities and Metropolitan Discourses," Ph.D. dissertation. Stanford University.

Marcus, George and Michael Fischer

1986. *Anthropology as Cultural Critique*. Chicago: University of Chicago Press.

Miyoshi, Masao and H. D. Harootunian, eds.

1989. *Postmodernism and Japan*. Durham: Duke University Press.

Said, Edward

1979. *Orientalism*. Boston: Vintage Books.